

# БОЛЬШАЯ ДВИЖУХА

Руководство о том,  
как, не имея больших  
денег, создать «большую  
движуху» в своем городе

Автор: Светлана Кольчурина

ОБЩЕСТВЕННОЕ  
ПРОСТРАНСТВО:

# ТЕХНОЛОГИИ

СОЗДАНИЯ И УПРАВЛЕНИЯ

1.0







Спасибо моей подруге и коллеге Зое Лукьяновой, с которой мы вместе прошли интересный и сложный путь. С ней мы создавали первые публичные пространства в Пермском крае и делали культурные проекты, которые на самом деле меняли людей и территории. Мы были действительно сильной командой и всегда немного опережали время. С большой теплотой храню воспоминания о прошлых совместных проектах и с надеждой смотрю в будущее.

Особая благодарность людям, с которыми мне посчастливилось создавать общественные арт-пространства: Дариусу Полоку, Ольге Яковлевой, Марии Кольчуриной, Наталье Лукьяновой, Дмитрию Майбурову, Екатерине Сокольчик, Сергею Терешенкову, Насте Хазел, Вите Франку, Анне Шафер, Тимофею Иванову, Екатерине Ефремовой, Денису Зубову, Наталье Севец-Ермолиной, Инне Кулик.

Отдельное спасибо художникам, творческим людям, активным горожанам, представителям власти, которые поддержали идею общественных пространств.

Я бы еще долго собиралась писать руководство создания общественных пространств, но к моему счастью, познакомилась с директором проекта «7x7» Павлом Андреевым. Благодаря поддержке блогерской сети «7x7» я написала, а вы читаете это руководство. Спасибо огромное!

Спасибо моей дочери и моим родителям.





## Предисловие

Меня зовут Светлана Кольчурина. Я родилась в городе Кудымкаре. Я коми-пермячка, гражданский активист, арт-технолог, эксперт по развитию местных сообществ, директор Ассоциации этнокультурных центров и организаций по сохранению наследия «ЭХО». Более 10 лет я занимаюсь развитием местных сообществ средствами культуры. Эти 10 лет я прожила в разных городах, в разных темах, в разных командах и местных контекстах.

В 2007 году город Кудымкар, который при всей своей провинциальности имел амбиции столицы и по сути ею и являлся (Кудымкар – столица Коми-Пермяцкого округа), стал победителем конкурса «Пермский край – территория культуры», а я – директором проекта «Кудымкар. Центр культуры Пермского края».

Год мы работали в программе, собранной из множества проектов на стыке культуры и гражданского участия. В том году у меня еще не было достаточного опыта создания общественных пространств, но я очень четко осознала, что культура – это огромный ресурс для изменения людей и территорий. Именно в 2007 году я познакомилась с двумя очень важными персонами для культуры Пермского края: Олегом Ощепковым и Александром Протасевичем. Они и их команды смогли перевернуть взгляд на сферу культуры правительства края, журналистов, общественности, а самое главное, тех, кто находился внутри отрасли. Именно они заложи-





ли основу, и культура стала стратегическим ресурсом развития края; иначе уже никто не мог думать.

Мой первый опыт конструирования общественного пространства произошел в 2009 году. В Перми (численность населения около 1 млн. человек) большой международной командой мы делали арт-пространство «МиFu» в рамках проекта «Европейские акценты в Перми» общественного объединения MitOst и АНО «Институт гражданской активности».

Потом был 2011 год. В Кудымкаре (численность населения около 27 тыс. человек) ПРОО «Роза ветров», АНО «Институт гражданской активности» и местная молодежь создали мультифункциональное пространство «Этносквот» в рамках программы «Кудымкар. Культурная перезагрузка» («Пермский край – территория культуры»).

В 2014 году, пока я три месяца работала в поселке городского типа Пряжа Республики Карелия (численность населения около 3 тыс. человек), вместе с Тимофеем Ивановым и при поддержке этнокультурного центра «Eläma» мы создали уличное пространство «Летний сад».

В 2015 году в Петрозаводске, столице Республики Карелия (численность населения около 270 тыс. человек), мы с Натальей Севец-Ермоиной, Тимофеем Ивановым и Ассоциацией этнокультурных центров и организаций по сохранению наследия «ЭХО» запустили наш авторский проект «Многофункциональное арт-пространство «Agriculture\_club».

Вы держите в руках руководство, которое будет полезно для тех, кто хочет и готов сделать жизнь в городе

интереснее, ярче, насыщеннее. Не так уж важно, сколько в нём живёт человек. Общественные пространства пользуются огромной популярностью не только в больших и маленьких городах, но и в поселках городского типа. Если научиться владеть инструментами создания общественных пространств и управления ими, можно менять людей вокруг себя, и эти люди станут «драйверами» качественных изменений территорий.



## Определимся по понятиям

Пока готовились тексты «от имени руководства», стало понятно, что в теме общественных пространств с терминологией большая путаница.

В России их называют так:

- общественные пространства;
- арт-пространства;
- публичные места;
- общественные арт-центры;
- негосударственные арт-площадки;
- мультисервисные площадки.

Для нового направления «создание общественных пространств» неустойчивость терминологии – это нормально. Поскольку мы все время работаем с людьми и мы публичны, то наше ключевое прилагательное – «общественный».

Рэй Ольденбург (Ray Oldenburg) разработал теорию «третьих мест». «Третье место» (от англ. the third place) – часть городского пространства, которая не связана с домом («первое место») или с работой («второе место»). «Третье место» – это кафе, клуб, парк, библиотека и т.д. В этом руководстве общественное пространство – это «третье место», которое имеет собственные конструкции и философию. Они ведут себя как живые организмы: рождаются, живут, трансформируются или исчезают на некоторое время, а потом вновь появляются в новых формах. Общественные пространства – это не искусственно насаждаемый проект, а отклик на созревший запрос жителей.







## Приступим

Общественные пространства обладают удивительным свойством «склеивать» разрозненные сообщества, объединять на одной площадке тех, кто никогда не заговорил бы друг с другом и сомневался бы в своей готовности к взаимодействию.

Мы проверили на практике, что работа в общественном пространстве преобразует сообщество. Люди видят, как социальные и культурные практики изменяют пространство. Накопив энергию таких изменений, пространства начинают дышать ею и становятся «драйверами» развития местных сообществ и территорий. Возможно, это инструмент развития любого города, и вы можете сами конструировать новые, рожденные вами пространства и наполнять их идеями и смыслами.



## Сначала изучаем, а потом действуем

Но не все так просто. У общественников обычно много амбиций типа «сделаю мир лучше». Они практически никогда не спрашивают у «мира» разрешения и даже не интересуются, хочет ли кто-то другой кроме них, чтобы эти улучшения произошли? Если не работать с противоречием между «я хочу» и «народ хочет», можно вскоре увидеть провал собственного проекта. В мире есть масса примеров очень полезных начинаний, которые «пролетели мимо цели», просто потому что не были учтены другие мнения.

Итак, первое, с чего начинаем, — исследуем городское пространство и составляем «карту городской активности». Если вы давно живете там, где хотите создать общественное пространство, это большая удача. Тогда исследование не займет много времени.

Ограничьте область, которую вы будете исследовать, и поставьте цель. Например, вы хотите создать новое общественное пространство с фокусом на культуру, тогда надо исследовать уже существующие в городе услуги в сфере культуры. Запишите, а лучше нанесите на карту учреждения культуры и их самые востребованные форматы работы. Будет интересно узнать, что горожане воспринимают «на ура», а на что вообще не реагируют.

Помимо формальных культурных институций изучите бизнес и общественников. Не пожалейте времени

и сходите в театр, в кино, в клуб, на андеграундное событие, ощутите атмосферу, поспрашивайте людей. Поймите настроение города. Постарайтесь понять, чего не хватает людям? В чем они нуждаются? Что хвалят?

Составьте список людей, которых будете опрашивать для уточнения своих гипотез. В этот список включайте городских активистов, менеджеров в сфере культуры, экологов, журналистов и, возможно, даже случайных прохожих.

Общайтесь, задавайте вопросы, узнавайте о городе как можно больше. В результате у вас появится «карта городской активности» по интересующей теме. Не забывайте, что кроме реального мира есть и очень важный для самой активной части жителей виртуальный мир.

Изучайте контент социальных сетей, особенно группы, посвящённые вашему городу, ищите информацию о том, какие социальные и культурные события город предлагает жителям.

## Из жизни арт-пространства

Эпизод первый. «Agriculture\_club»

Мы начали расспрашивать знакомых и коллег, насколько их удовлетворяет культурная жизнь Петрозаводска. Быстро выяснилось, что Петрозаводск — город «образцовой культуры»: люди любят свободные фор-



Мудрость про метод:  
с картой легче двигаться дальше.

AGRI  
culture  
CULTURE

маты (перформансы, квартирники, закрытые вечеринки, барахолки и прочее), вслух читают стихи, публично поддерживают значимые начинания, ценят свою причастность к позитивным изменениям городской атмосферы. Идеальное сообщество для создания «третьего места». Мы составили список творческих людей и команд, с которыми хотели поработать в будущем. Составленная в самом начале «карта активностей Петро-заводска» нам очень помогла.

## Советы

Узнайте:

- Какие виды активности в вашем городе существуют?
- Какие из них популярны? Почему?
- Какие активности вызывают негативные оценки? Почему?
- Есть ли проекты, похожие на ваш? Успешны ли они? Если они были и больше не существуют, то почему?
- Есть ли в городе интересные проекты и люди с идеями, которые близки вам по содержанию и по духу? Готовы ли вы к сотрудничеству с ними? А они с вами?

## Зачем, или поиск смысла общественного пространства

Это самая сложная задача. Есть три вопроса, на которые надо ответить перед началом любого важного предприятия:

- «Что?» – описание продукта.
- «Как?» – методы создания продукта.
- «Зачем?» – идея продукта.

Сначала ответьте на вопрос «Зачем?». Описать смыслы места жизненно необходимо. Как только красивая картинка в голове превратится в текст, она станет понятной для большинства. Вот только сам процесс превращения воображаемой картинки в четкую концепцию на бумаге занимает длительное время.

Попробуйте найти ключевые слова для объяснения цели появления пространства. Торопиться здесь не стоит. Поймите сами и попробуйте объяснить другим, зачем необходимо ваше общественное пространство. Как только вы получите ответ на вопрос «Зачем?», быстро найдутся ответы на вопросы «Что?» и «Как?». Теперь можно двигаться дальше.

?

## Поиск команды, или кто вам нужен

Это хороший вопрос. Общественники практически всегда выбирают хорошую компанию, с которой душевно и весело. Но все же хорошо рядом иметь профессионалов из разных сфер и уметь не только весело проводить время, но и долго и упорно работать. Создание нового места – это тяжелый труд. Одному человеку здесь никак не справиться.

На этом этапе нужно ответить себе на вопросы:

- Кто нужен?
- На каких условиях?
- На какие позиции?
- С какой занятостью?

Ответы помогут подбирать людей в команду. Главное, чтобы каждому нашлось дело по душе. Члены вашей команды должны получить то, зачем они к вам пришли. Это не всегда деньги. Люди приходят за общением, знаниями, причастностью к важным событиям, за опытом, близостью к знаменитостям.





## Из жизни арт-пространства

Эпизод второй. «Agriculture\_club»

Исследование мы провели за полгода до старта. К площадке кинотеатра «Калевала» присматривались три месяца. Все это время мы знакомились с другими помещениями тоже. В кинотеатре «Калевала» нас привлекло желание директора и его команды изменить место. И мы вместе решили сделать перезагрузку.

Сначала мы изучили контингент посетителей. Нас ждали не самые приятные открытия. Каждый вечер в кинотеатре собиралась подростковая компания из 10-15 человек. Здесь им было тепло, был доступен Wi-Fi, туалет и дешевые напитки и снеки в кафе. Они вели себя шумно, грубо, вызывая и чувствовали себя хозяевами места. Это маленькое обстоятельство отпугивало других потенциальных клиентов от кафе, кино и, конечно, от нашего потенциального арт-пространства.

Как сделать вход доступным для истинных ценителей индустрии культуры? Директор кинотеатра запаролила Wi-Fi и сделала туалет платным. Этого оказалось достаточно, чтобы подростки ушли в другое место. А мы готовились открыть «Калевалу» для людей разных возрастов и интересов. За месяц до старта мы применили методику «24 часа креатива»: четыре человека закрылись на сутки в кинотеатре и придумали концепцию. Концепция, написанная в мае 2015 года, работала на развитие пространства следующие два года.

## Советы

Помните: есть вы, и есть горожане, которым вы потенциально интересны. Не все ваши цели и желания могут совпадать, но вы можете помогать друг другу. Сделайте вашу площадку инструментом для самореализации жителей города.

Команда – это живой организм. В нее могут приходить люди хоть каждый день. Кто-то к вам приходит, а кто-то уходит. Если кто-то решил уйти, его невозможно остановить. Дайте человеку шанс быть полезным в другом месте. Пусть все имеет течение.



## Создание физического пространства. Главное — начать!

Итак, вы исследовали городское поле, у вас есть концепция, место, которое вы присмотрели для воплощения концепции и хотели бы арендовать. В добрый путь!

Некоторые люди ждут момента, когда у них будет достаточно денег, спонсоров, партнеров и других ресурсов, и только после этого начинают действовать. Мой опыт показывает, что несмотря ни на что надо зажмуриться, отыскать смелость и начать. Когда начинаешь действовать, ресурсы приходят даже в большем объеме, чем мечтал и планировал.

В последнее время активно развиваются практики солидарной экономики. Каждый из нас — владелец материальных и нематериальных ресурсов. Если эти ресурсы правильно соединить с идеей, можно менять мир вокруг, не ожидая, когда, наконец, с неба свалится мешок денег.

Каждое общественное пространство, которое появлялось в моей жизни, делалось руками и «мозгами» жителей. Всегда найдется мастер гениально выкрасить стены. Он только и ждет, когда ему дадут кисть в руки. Кто-то печёт вкусные пироги и угощает ими всех подряд, кто-то ломает голову, куда пристроить свое пианино. А еще есть, например, предприниматель, который открывает новый бизнес, и ему нужен PR-повод. И, наконец, вы встретите того, кто просто хочет быть причастным к городским изменениям и готов прийти на по-

мощь в любом деле. Дайте людям возможность проявить свои лучшие качества, и вы удесятерите полезный результат. Живой обмен и наращивание ресурсов и называется солидарной экономикой.

## Из жизни арт-пространства

Эпизод третий. «Agriculture\_club»

В «Agriculture\_club» практически все сделано своими руками: выкрашены стены, собрана мебель, связаны коврики, сшиты подушки, сколочены сцена, стена-забор, барная стойка, разделительные кубы. Горожане с удовольствием несли горшки с цветами, стулья, кружки, тарелки, столы, мешки для мусора и многое другое, из чего состоит клуб и без чего он не может жить. Нам нужны были деньги только на краску и разные мелочи. В общей сложности для открытия клуба потребовалось 10 тысяч рублей, а все остальное — городская складчина в стиле солидарной экономики.





## Советы

Составьте список того, в чем вы нуждаетесь. Ранжируйте потребности. Попросите людей помочь. Используйте социальные сети, личные звонки, встречи. Будьте готовы к тому, что если вы попросите 10 стульев и 1 горшок с цветами, то вам принесут 1 стул, 10 пустых горшков и 1 огромный букет цветов. Это все равно здорово!

Для тех, кто меняет город, важно чувствовать радость и благодарность за помощь. Благодарите людей, устраивая общие застолья с пирогами и чаем. Выкладывайте фото, рассказывайте, как живут в общественном пространстве кем-то принесенные вещи, расшитые подушки, собственноручно раскрашенная мебель.



Двор в «Agriculture\_club»

## Важность дизайна общественного пространства

Ценность и значение дизайна общественного пространства в нашем обществе пока не до конца осознаны. вспомните, как оформлены школы, институты, дома культуры, библиотеки и общественные центры. А ведь у каждого из них своя миссия, и дизайн может её усилить. Цветовые и световые решения, вид и расстановка мебели, декор и детали расскажут о пространстве больше, чем вы сможете о нём рассказать. Дизайн рассказывает о смыслах публичного пространства и создаёт атмосферу творчества и свободы, всего лишь по-другому расставив акценты.

## Из жизни арт-пространства

Эпизод четвёртый. «MuFu»

Самая интересная дизайнерская работа была в пермском «MuFu». Пространство менялось внутри и снаружи: сносились стены, выстраивались подиумы и барные стойки, в расчищенном дворе появлялись инсталляции и большая двухэтажная сцена. Мы могли это себе позволить, потому что с нами работала команда опытных архитекторов из Венгрии. Ребята сами разработали эскиз и воплотили его в жизнь. А еще у нас был небольшой запас времени на подготовку пространства.

Двор в «MuFu»





## Советы

Дизайн пространства сильно влияет на поведение людей, привлекая одних и отпугивая других. Воспользуйтесь советами профессионалов, попросите помощи у дизайнера. Расскажите дизайнеру о целевой аудитории и основных видах деятельности, и он подберет цвета и подскажет, куда какую мебель лучше поставить.

Поймите помещение. Расскажите себе, на что способно помещение, которое вы арендовали, какие у него плюсы и какие риски? Подумайте о том, как сделать пространство визуально больше? Как лучше его разделить на функциональные зоны?

Используйте складную мебель, её можно вынести наружу или разместить в пространстве так, чтобы она не занимала много места. Оставьте одну стену в помещении свободной для художественных экспериментов. Придумайте поверхности-трансформеры, они помогут зонировать пространство. Придумайте новые способы использования старых вещей, которые сделают их стильными и современными.



## Расскажите городу о себе

Это можно сделать разными способами. Первое, что приходит на ум, это напечатать кучу афиш и расклеить их по всему городу. То же самое можно сделать с флаерами. Но на это нужны деньги, и практика показывает, что для общественных пространств афиши и флаеры — не самый экономичный и экологичный способ.

Можно начать ходить на разные конференции, симпозиумы и рассказывать о своем новшестве. Но надо рассчитать свои силы: публичные мероприятия «на стороне» отнимают слишком много времени.

Еще один способ — пригласить к себе журналистов и рассказать им о создаваемом пространстве. Тут надо сказать, что журналисты не особенно охотно посещают пресс-конференции, если вы предлагаете «позитивный информационный повод». Хорошие новости совсем не покупаются.

И все же есть способ рассказать о своих намерениях, вовлечь людей в процессы изменений другим способом. Помните, что у общественных пространств есть особая миссия — объединение и активизация местных сообществ. Общественные пространства — катализаторы качественных изменений городского пространства. Не важно, где создавалось общественное пространство — в Кудымкаре, Перми, Пряже или Петрозаводске. Его появление меняет среду обитания.

## Из жизни арт-пространства

Эпизод шестой. Послания городу

Что мы делали? Мы приглашали стрит-арт художников, которые рисовали городу послания на стенах общественного пространства. Эти послания всегда работали, это просто удивительно! Вам надо постараться найти художника, который разделяет вашу философию пространства.

Нашей пермской команде повезло, потому что в Перми живёт художник Александр Жунёв. «МиФи» задумывалась как фестивальная площадка, привлекательная для людей разных возрастов, и мы рискнули позвать пермяков на помощь Саше Жунёву. Вместе они нанесли рисунок на весь фасад здания. Пройти мимо было уже невозможно.

Здание «Этносквота» в Кудымкаре тоже преобразалось, и это делали местные ребята-художники, которые учились у Саши.

Пожалуй, самый большой и сложный мурал (рисунок на стене) мы сделали с Александром Жуневым в Петрозаводске. «Сплетение начал» — рисунок, взаимодействующий со зрителем: по ходу движения взгляда он то распадается на множество абстрактных картин, то соединяется в мужской или женский образы в 3D формате. Мурал состоит из трех отдельных частей, вдохновлённых карело-финским эпосом «Калевала».

«Сплетение начал» — это соединение традиционного и современного, мужского и женского, родового и ин-

дивидуального. В пространство по-северному спокойного города «вмешиваются» персонажи героического эпоса. Мурал был завершён благодаря финансовому и ресурсному участию бизнеса и труду более 50-ти петрозаводских волонтеров. Как только мурал появился в Петрозаводске, об «Agriculture\_club» узнали и заговорили все.



Александр Жунёв



# КАЛЛЕВАЛА ТЕАТР

Расскажите городу о себе самым необычным способом.



## Создание событий

Количество событий, которые организует общественное арт-пространство, определяется его концепцией, а в дальнейшем – планом работы. Хорошо иметь план на 2-3 месяца вперед, но в самом начале собрать календарь событий будет не так просто.

При построении событийного ряда вы сначала неуверенно пробуете, часто ошибаетесь и редко попадаете «в яблочко». Чем больше времени проходит, тем тоньше вы понимаете целевую аудиторию, собственные возможности и учитесь делать качественные и востребованные события.

У событий могут быть разные цели. Одно дело, когда вы предоставляете площадку для готовых общественных инициатив и работаете в качестве «акселератора», то есть помогаете придумать и организовать событие. Совсем другое дело, когда вы самостоятельно придумываете и запускаете новые для города события. За каждым событием стоит автор и команда исполнителей. Важно объединить усилия, не лениться дорабатывать форматы и не бояться неудач.

Очень хорошо, если вы можете позволить случиться провалу. Именно провалы или события, которые не пользуются популярностью, позволяют в дальнейшем выкристаллизовать успешные практики. Только не надо воспринимать эти слова буквально и стремиться к провалам. Умейте рефлексировать, взвешенно подходите к оценкам против или за.

## Советы

Чтобы создать востребованное событие, четко определите:

- потребность в этом событии (зачем событие нужно?);
- целевую аудиторию (кем оно будет востребовано?);
- формат события (что это будет?);
- нюансы и особенности (как это будет?);
- команду исполнителей (кто его будет готовить?);
- смету (сколько оно будет стоить?);
- дату (когда оно состоится?).

Кажется, что ответы на эти вопросы придется достаточно долго искать. Но со временем вы начнете отвечать на эти 7 основных вопросов очень быстро. Эти 7 вопросов помогают выстроить структуру события.





## Темы и направления событий

Темы событий, которые вы организуете, могут быть разными. Решите, с какими темами вы не будете работать. Это поможет вам, когда начнут сыпаться разного рода предложения как из рога изобилия. Например, в «Agriculture\_club» мы решили, что мероприятия, связанные с политикой, для нас табу. Когда приходили политики и представители партий с предложениями провести платные выставки, семинары, то мы смело отказывали. Это был не наш формат. Наши темы – о городе или деревне, активности местных сообществ, о городской и сельской культуре. Это обширные темы, которые дают большую свободу выбора.

Если Вы живете в многонациональном городе, хорошо бы рассказать горожанам друг о друге в формате этноквартирников, этнобатлов, этнобалов, этнокухни и так далее. Со временем вы начнёте давать людям выбор, возможность сравнивать и изучать историю, традиции сразу нескольких культур и народностей.



Этнобал «в Agriculture\_club»



## Из жизни арт-пространства

Эпизод седьмой. «Agriculture\_club»

События можно придумывать самим, вместе с горожанами, а можно адаптировать готовые известные форматы под городские потребности. Во время адаптации произойдет очень важный процесс, который называется «трансформация культурного события». Этот процесс напоминает подгонку одежды по вашей фигуре у искусной швеи. Вроде бы формат известный, а нюансы, которые вы внесли исходя из знания городских потребностей, будут делать событие немного другим. Кроме того, во время адаптации вы всегда можете придумать разные «вкусности и фишки», которые дадут событиям дополнительную неповторимость.

Перед Вами афиши событий, которые родились, адаптировались или тиражировались в арт-пространстве «Agriculture\_club». Гениальный петрозаводский дизайнер Юрий Белкин работал с «Agriculture\_club» практически с самого его основания. Афиши арт-пространства имеют свой неповторимый подчёрк и всегда узнаваемы.

Стиль и качество

# ТРИЛОГИЯ О ТАНЦЕ

ДУНКАН. ГРЭМ. КАННИНГЕМ

· AGRI  
CULTU  
RE ·

Agriculture\_club Россиянин культуры на стыке города и деревни



ЦИКЛ ЛЕКЦИЙ О  
ВЫДАЮЩИХСЯ  
АМЕРИКАНСКИХ ТАНЦОРАХ



**29.03** АЙСЕДОРА  
ДУНКАН  
19.00



**01.04** МАРТА  
ГРЭМ  
19.00



**02.04** МЕРС  
КАННИНГЕМ  
17.00

ЧИТАЕТ  
**АЛЕКСАНДР КОЗИН,**  
ТАНЦОР, ХОРЕОГРАФ, ВЫПУСКНИК НЬЮ-ЙОРКСКОЙ  
ШКОЛЫ ТАНЦА

**ВХОД 100 РУБЛЕЙ** НА КАЖДУЮ ЛЕКЦИЮ.  
ВСЕ СОБРАННЫЕ НА ЛЕКЦИЯХ СРЕДСТВА ИДУТ  
НА РАЗВИТИЕ ТАНЦЕВАЛЬНЫХ И КУЛЬТУРНЫХ ПРОЕКТОВ ГОРОДА



AGRI  
CULTURE  
RE.

ПР. ПЕРВОМАЙСКИЙ, 2  
(КИНОТЕАТР «КАЛЕВАЛА»), ФОНЕ,  
VK.COM/AGRICULTURE\_CLUB  
Agriculture\_club Рассадник культуры на  
стыке города и деревни

21 февраля  
14:00 - 18:00

МЕЖДУНАРОДНЫЙ  
**Ресторанный  
день**  
В ПЕТРОЗАВОДСКЕ.

ВСЕ СРЕДСТВА, ВЫРУЧЕННЫЕ ЗА ЕДУ,  
ИДУТ НА БЛАГОТВОРИТЕЛЬНОСТЬ

РЕСТОРАНЫ ОДНОГО ДНЯ ОТ ИЗВЕСТНЫХ ПЕТРОЗАВОДЧАН,  
А ТАК ЖЕ ПОЛЮБИВШИЕСЯ ВАМ РЕСТОРАНЫ  
«ЯГОДКА», «ВКУС ДЕТСТВА».  
ПРИХОДИТЕ ОТВЕДАТЬ ВКУСНОСТЕЙ

ВХОД СВОБОДНЫЙ



Конкурс драматургии  
«Ремарка»  
и Agriculture\_club  
представляют  
проект Олега  
Липовецкого

**НЕТО**

Ночное  
Единение  
Театра и  
Общества  
Ночные  
читки  
лучших  
современных  
пьес

19/12  
23.30

Продолжительность  
– 1 час 30 мин.  
Вход – 200 руб.

18+



AGRI  
CULTURE  
RE.

Первомайский, 2  
(кинотеатр  
«Калевала»),  
фоне vk.com/  
agriculture\_club



НАТАЛЬЯ ГАПОНОВА

ЧИТАЮТ  
ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ  
АРТИСТЫ.  
Одна пьеса. Одна читка.  
Повторения не будет.  
Вы – уникальный зритель.



ВСЕ СРЕДСТВА ЯВЛЯЮТСЯ ПОЖЕРТВОВАНИЯМИ И ИДУТ НА РАЗВИТИЕ AGRICULTURE\_CLUB



## Ресторанный день

Основная идея – объединить горожан за одним длинным столом. Формат адаптирован под Петрозаводск. Традиция проведения ресторанных дней возникла в Финляндии. Раз в сезон любой житель страны может попробовать себя в роли шеф-повара и открыть ресторан одного дня. Можно угощать всех подряд, а можно продавать еду и вырученные средства направлять на благотворительность.

Первый ресторанный день в Петрозаводске состоялся в августе 2015 года. Арт-пространство «Agriculture\_club» присоединилось к Международному ресторанному дню. Мы приглашали горожан открывать свои рестораны на нашей площадке, распространяли об этом информацию и организовывали PR-кампанию, находили нужную мебель. Петрозаводчане любят вкусно поесть, и этот формат сейчас пользуется огромной популярностью. Первый Ресторанный день длился всего лишь полтора часа, был небывалый наплыв посетителей.

С того времени Ресторанные дни в Петрозаводске стали традицией, их проводят на протяжении более двух лет. Раз в три месяца выбирается дата и тема для Ресторанного дня, создается афиша, и даются открытые объявления о наборе рестораторов. Этот формат пробуют проводить на новых площадках и в других городах, селах и деревнях Карелии.

События  
в «Agriculture\_club»





## Клубная система

У одних людей есть знания, которыми они могут поделиться, а другие хотят их получить. Как объединить эти желания? Лучшее решение, на мой взгляд, это клуб. Руководитель клуба сам определяет тему встречи и ведет группу в социальных сетях. Занятия клуба посещают от 2 до 20 человек. Клубы работают регулярно, в регулярности состоит секрет их устойчивости.

В «Agriculture\_club» работали Клуб всестороннего развития ребенка «Головастики», английский и финский разговорные клубы, Литературный клуб «Другой мир», Школа блогеров, клуб «Свяжемся» и другие.

События  
в «Agriculture\_club»



## НЕТО

Ночное Единение Театра и Общества – авторский проект Олега Липовецкого. Это ночные читки пьес, которые прошли отбор на фестивале драматургии «Ремарка». Пьесы читают, а потом обсуждают зрителями актеры петрозаводских театров. Читка – это не спектакль. На сцене нет реквизита, но есть режиссерское решение Олега Липовецкого. Читка проходит примерно раз в 2-3 недели (когда автор проекта НЕТО появляется в Петрозаводске).

События  
в «Agriculture\_club»





## Умная пятница

Вечер коротких лекций, которые читают горожане. Продолжительность одной лекции – не больше 20 минут. За вечер можно прочитать 5-6 лекций. Темы лекций самые разные – литература, особенности проведения фотосъемок, психология, физика, информационная безопасность и многое другое.

События  
в «Agriculture\_club»



## Культурная примерка

Формат культурной примерки позволяет каждому жителю города попробовать себя в качестве инициатора и организатора события. Здесь очень важно выстроить прозрачный процесс и применить максимум профессионализма. Важен каждый этап от подготовки до самого события. Люди могут приходить с разными идеями, но вы должны понимать, насколько вы близки с ними по философии, ценностям, формам самовыражения. Пуская в свое пространство, вы разделяете ответственность за результат. Поэтому тщательно готовьте событие, чтобы оно не стало для вас полной неожиданностью, а публика, которая прежде всего идет к вам, а не к новичкам, не была разочарована и напугана. Реализуя этот формат, вы выступаете в роли «акселератора».

Этносквот  
в Кудымкаре





Этносквот  
в Кудымкаре





C

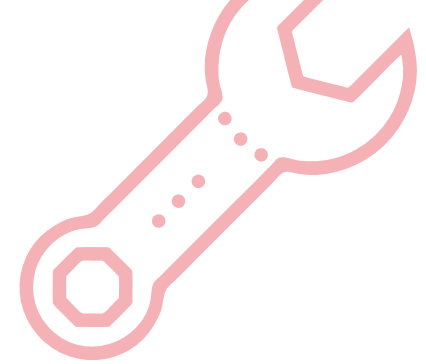
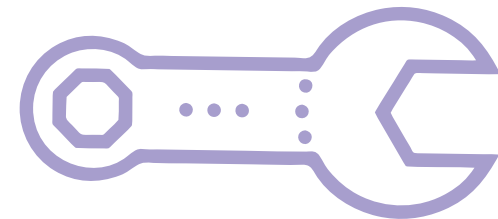
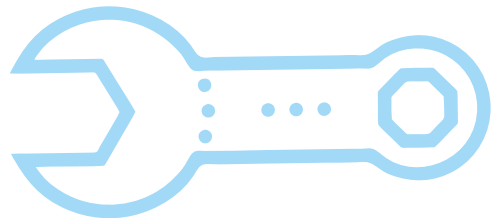


e

k

1

ОБЩЕСТВЕННОЕ ПРОСТРАНСТВО:  
ТЕХНОЛОГИИ СОЗДАНИЯ И УПРАВЛЕНИЯ







o

e

r

bi



# Место — это — это

## Некоторые секреты создания общественного пространства и управления им

Лучше, если ваше общественное пространство находится в центре города, в зоне хорошей транспортной доступности. Обязательно, чтобы в этом месте были нужные коммуникации, туалет и интернет.

Часто общественники рассуждают так: надо найти такое помещение, за аренду которого не надо будет платить. Это ошибка! Если вы честно работаете и ваша идея собирает вокруг себя сообщество, то деньги на аренду найдутся. Не экономьте на помещении, но и не переплачивайте. Поймите, чем помимо денег вы можете быть полезными для арендодателя. Подумайте и взвесьте все «за» и «против» бесплатной аренды. Готовы ли вы выполнять чужие задачи? Быть ограниченными по времени? Зависеть от настроения арендодателя?



«MuFu»



М е Г а  В а Ж Н О



М  
У  
F  
U



Б

е

з



б

о

с

с

а

## Кто главный?

В общественном пространстве хочется творить по принципу – «Без Главного Босса». Такая жизнь развивает суперспособности команды. Мы все вместе несём ответственность за происходящее, это позволяет каждому чувствовать себя причастным к событиям. Каждый член команды расширяет своё пространство для творчества и несёт ответственность за этот кусочек «третьего места». Поверьте, это прекрасно!

К сожалению, люди не привыкли жить без начальника, поэтому ищут его и находят даже там, где его нет. Если вы применяете метод управления общественным пространством «Без Главного Босса», то будьте готовы, что вас не поймут не только горожане, но и члены вашей же команды. Создавая пространство, я позиционирую принцип работы «в команде все равны и нет главного». Это значит, что роли четко распределены и все решения принимаются командой. Это работает.





## Правила работы «Без Главного Босса»

- 1) Делиться друг с другом всей информацией.
  - 2) Не принимать ключевые решения без совещания.
  - 3) Открыто говорить о работе «Без Главного Босса».
- Эти правила работают до тех пор, пока люди ощущают себя командой. Как только кто-нибудь начинает чувствовать себя неуверенно или излишне уверенно, он начинает нарушать правила и система перестает работать.

Мудрость про принцип: идея работы «Без Главного Босса» — проверка команды на прочность. Иногда команда справляется, а иногда нет.



К

Л

У

Б



П

О



## Целевая аудитория

Надо очень четко определить целевую группу. Согласитесь, странно смотрятся бабушки за 60 лет, объединяющие вокруг себя молодежь. Целевую группу надо рассмотреть в нескольких разрезах – возраст, статус, интересы, социальное влияние, профессиональное поле. Посмотрите внимательно и на себя. Поймите, с кем вам интересно работать и кому интересны вы.



?





# ИНТЕРЕСАМ

## Из жизни арт-пространства

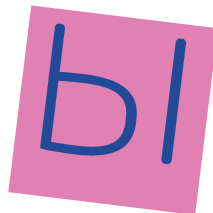
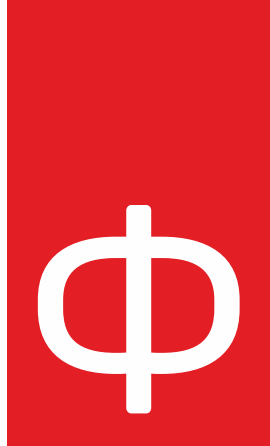
Эпизод восьмой

В мультифункциональном пространстве «Этно-сквот» в Кудымкаре мы определили целевую группу как «творческую молодежь от 16 до 30 лет», и площадкой управляла группа молодых людей того же возраста. Арт-пространство «MuFu» создавали художники и музыканты вне зависимости от их возраста, оно существовало и работало согласно концепции – от события до события. А многофункциональное арт-пространство «Agriculture\_club» мы делали сначала для привлечения хипстеров, но вскоре стало очевидно, что целевая аудитория пространства – это женщины с активной жизненной позицией в возрасте 40+.

Решите вопрос членства в клубе. Открыты ли вы для всех? Наш опыт показал, что не стоит специально воздвигать барьеры перед входом в клуб, но иногда членство в клубе может стать вынужденной мерой.



«Agriculture\_club»



## Финансы

Работа общественного пространства должна строиться по устойчивой модели. Надо придумать форматы, которые будут приносить прибыль, которая пойдет на оплату аренды, текущих расходов. А еще это позволит вам сделать часть услуг бесплатными.

Надо научиться финансовому планированию. В «Agriculture\_club» мы искали разные возможности снижения финансовой нагрузки: оплата аренды за счет грантов, уменьшение арендной платы на летние месяцы, накопления.

Учитывайте, что в году есть «прибыльные» и «пустые» месяцы. Например, с июня по сентябрь – «пустота»: мало людей и денег. За время работы мы поняли, что самый финансово устойчивый период длится с октября по май. Если вы знаете об этом, то можете позаботиться заранее о «закрытии дыр» в бюджете.





# ЮТ ПРОМАНСЫ

Деньги любят счёт

## Прибыль

Общественное пространство может быть прибыльным. Но не сразу. Должно пройти время, пока место наберёт популярность и в нём приживутся «прибыльные» форматы. Поскольку мы говорим не о бизнес-пространстве, а об общественном месте, надо стараться найти грантовую поддержку.

Через некоторое время работы мы поняли, что устойчивость общественному пространству могут обеспечить маленькие бизнесы, которые разделяют вашу философию. Скажем, вы можете пригласить в свое пространство на условиях субаренды кофейню, магазин здоровой пищи, дизайнерскую мастерскую. Вы будете работать друг на друга, привлекая в ваше сообщество новых людей.

Доходы будут течь из разных источников, основные — это пожертвования горожан, продажа услуг, платежи от субаренды и гранты. «Agriculture\_club» стал

устойчивым только через полтора года. Первые полгода мы постоянно искали деньги, чтобы заплатить за аренду. Следующие полгода мы учились быть немного в плюсе. Еще через полгода мы стали рассчитывать бюджет на 2-4 месяца вперед.

Продажа услуг оплачивала только аренду помещения, техники, текущие канцелярские товары и хозяйственные нужды, дизайн и печать афиш. Заработная плата поступала из других источников — гранты, заработки за пределами общественного пространства. Я хочу еще раз сказать, что общественное арт-пространство — это не бизнес. Это самоокупаемая общественная инициатива.



# З

# а

# К

# О

# Н



# И



# П

# О

## Юридический статус

Многофункциональное арт-пространство «Agriculture\_club» было лишь одним из множества проектов Ассоциации этнокультурных центров и организаций по сохранению наследия «ЭХО». Юридическое лицо, от имени которого заключался договор аренды, было некоммерческим (НКО). На счет этого НКО ежемесячно поступали собранные нами пожертвования.

Вы можете учредить для своего пространства общество с ограниченной ответственностью (ООО) или зарегистрироваться в качестве индивидуального предпринимателя (ИП). Еще лучше, если у пространства будут все три возможности. Это даст гибкость, поможет разделить потоки по разным услугам, которые вы оказываете. Вначале вы можете работать как физическое лицо или незарегистрированная инициатива, но не дольше 1-2 месяцев. Со временем вы будете вынуждены определить свой юридический статус.

# НКО

# ИП



# ООО



р Я Д О к

## Советы

Будьте бдительны и не напрашивайтесь на неприятности с законом! Вы создаете общественное пространство, объединяя добровольных активистов. Будьте честны с ними и с государством. Не играйте в игру «серый бизнес» или «бедный общественник». Проверяющие органы могут прийти с проверкой в любой момент. Риски ведения «серого» хозяйства не оправданы.



Бдительность

Р

е

к

л

а

м

ы



М

Н

## PR-стратегия

PR-стратегию надо продумать заранее. Влияние на общественное мнение нельзя пускать на самотек. Для некоторых общественных пространств тайна места, информационная пустота являются ключами притяжения публики. Кто-то специально создаёт атмосферу закрытости и элитарности. Например, клуб – место встречи интеллектуалов города.

Есть общественные пространства, выстраивающие открытую информационную политику. Вам надо решить самим, каким должно стать пространство. Ни одна из вышеперечисленных стратегий не идеальна, в каждой есть минусы. Ваши идеи могут совершенно иначе считываться окружающими. Таинственность легко превращается в сектантство, площадка объединения интеллектуалов – в повод для стёба, а открытость вообще не каждый сможет выдержать. Определите стратегию и риски, с которыми вы готовы работать. Так вам будет легче лавировать.

кто

тут?





# О Г О Не бы в а е Т

1)



2)



3)



4)



## Советы

Чтобы определить PR-стратегию, задайте себе следующие вопросы: кто наша целевая группа? С кем мы сейчас работаем и кого хотим привлечь? О чем мы будем рассказывать? Какие инструменты будем использовать? Насколько мы хотим быть открытыми и активными и насколько можем это себе позволить? Нужна ли нам поддержка СМИ? Как мы предлагаем идентифицировать пространство во внешней среде? Логотип, фотографии, видео: любительские или профессиональные?

Важно



## На заметку, или несколько практических советов для ведения группы в социальных сетях

Заведите группу общественного пространства в социальных сетях. Придумайте и начните использовать хэштеги. Делайте в группе не больше 3-4 постов в день, иначе вы утомите участников группы, и они будут отписываться от новостей. Выкладывать меньше 3 постов в неделю тоже не рекомендую.

Выкладывайте новости в своей группе Вконтакте в промежутке с наибольшим количеством пользователей онлайн: с 10.00 до 11.00, с 13.00 до 15.00 и с 20.00 до 22.00. Но не ровно в 14.00, а, например, в 14.17. Лучшее время для постов в Facebook с 09.00 до 11.00. Посты после 20.00 и до 08.00 обычно не набирают много лайков и просмотров.

Создайте специальные события, но делайте это не для всех форматов, а только для ключевых. Выкладывайте в сеть как можно больше визуальной информации: фото и видео с событий. Людям нравится искать себя и знакомых на фотографиях.

Подружитесь с фотографами, которые делают свою работу качественно, и пригласите их. Качественно — не обязательно дорого. Иногда молодые люди без большого опыта способны увидеть свежим взглядом больше и создать более яркие, интересные и свежие кадры, чем опытный мастер. Фотографы тоже часто ищут моделей для съёмки в собственных проектах. Ваше сотрудничество может не стоить денег и вылиться в обоюдную выгоду и настоящую дружбу.

Для некоторых событий введите специальную запись для участия в событии. Обращайтесь к людям лично. Отвечайте на комментарии под постами. Дайте понять миру, что вы живые люди.







- Моя страница
- Новости
- Сообщения
- Друзья
- Группы
- Фотографии
- Музыка
- Видео
- Товары
- Закладки
- Документы
- Реклама
- ПТИЧЬЕ МОЛОКО
- ПТИЧИЙ БАЗАР
- ГНЕЗДЫШКО



Еврогнездо для Вас!  
evrognestdo.karelia



50% скидка на дачи  
у ламбушки  
группа



Птичка Невеличка  
10 августа 0:08

Вечеринка удалась!  
#птичье\_молоко



Нравится 28 Комментировать 865



Серая Утка  
Как все прошло?  
9 августа 22:05



Птичка Невеличка  
Великолепно! Ждем Вас следующий раз!  
9 августа 22:45 1



Белый Лебедь  
Спасибо за событие! Отдохнул всеми перьями крыльев :)  
9 августа 22:57 8



Голубь Городской  
Было весело! Порадовал стол с ягодами и семечками  
9 августа 23:25 5



Начирикать комментарий...

- Новости
- Рекомендации
- Поиск
- Статьи
- Обновления
- Комментарии**

Фильтр

- Записи
- Фотографии
- Видеозаписи
- Темы
- Заметки
- Товары



# З

# д

# о

# р

# о

# в

# о

# е



# С

## Конкуренция

Чем общественное пространство отличается от типового учреждения культуры? Атмосферой и гибкостью. Здесь царит свобода во всем. У вас нет муниципального или государственного задания, задачи вы определяете самостоятельно. Ваш график работы гибкий, как и ваши предложения на рынке культурных услуг.

Попробовали проводить танцевальные вечера, а они не востребованы – перестаньте их проводить.

Хотите вы того или нет, общественное пространство становится конкурентом учреждениям культуры. Если так уже происходит, начинайте радоваться этому, поскольку теперь вы выполняете важную миссию – развиваете рынок культурных услуг в городе. Будьте гибкими и дружите с учреждениями города. Хоть они и воспринимают вас в качестве конкурента, в конечном счете, вы работаете в интересах одной территории.





# О П е р н и ч е с т в о

## Как выстраивать отношения с органами власти

С властью надо иметь ровные отношения на дистанции. Ровные отношения возникают тогда, когда вы просто профессионально выполняете свою работу, не заискиваете и не конфликтуете. Знайте законы, изучите стратегические документы развития города. Это вам поможет. Ваш заказчик – живой человек, а не среднестатистический представитель слоёв населения из статистических отчетов. Ваше арт-пространство существует благодаря вашей инициативе, и никто вам ничего не должен.

Дистанцию в отношениях с властью можно сохранить, если арендовать помещение у бизнеса, а не у муниципалитета. Так вы будете свободны и будете на самом деле отвечать на запросы людей здесь и сейчас.

Помните, что мнение мэрии и горожан по вопросам развития города чаще всего не совпадают. Вам не нужно занимать ничью сторону. Лучше иметь собственное мнение и позицию, за которые вас будут уважать.



## О продолжительности жизни общественного пространства

У общественных пространств есть свой жизненный цикл. Они возникают, живут некоторое время и исчезают. Я считаю, что 2 года – это достойный срок жизни для экспериментальной модели. За два года можно создать площадку, опробовать форматы, развить новые кадры.

Потом площадка должна трансформироваться. Вы дали пространству родиться. Можете укрепить его, обновив содержательные предложения, команду, внутренний и внешний дизайн. А можете позволить ему исчезнуть, если оно не может далее существовать в старом формате или город потерял к нему интерес.

Поймите, пространство живет своей жизнью. Не делайте трагедию, когда оно перестанет существовать. Не держитесь за место, оно не главное в этой истории. Самое главное – люди, которым вы открыли новые форматы активности. Пространство исчезнет, и наступит время тишины. Это хорошее время. Время осознанной городской рефлексии. Пауза будет длиться до тех пор, пока кто-то другой не решится на эксперимент. А решительные люди всегда найдутся.

Остались или появились вопросы – пишите на почту: [skolchurina@gmail.com](mailto:skolchurina@gmail.com)

## Послесловие

Общественное пространство – это бесценный опыт, который когда-то получила я и теперь передаю его другим. Если вы решили открыть общественное пространство в своем городе, вы настоящий герой, и я всем сердцем поддерживаю вас. Помните, что ваш путь будет витиеват, результаты не всегда ясны, вас многие не будут понимать, а довольных вашей активностью друзей и приятелей может поубавиться. Если вы решились, то пройдите этот путь, каким бы он ни был. Проживите свою жизнь. Помните, что другого шанса не будет. Удачи!



Ась быдӱс лоас бур!



Создатели «Большая движуха» 1.0 благодарят всех профессиональных фотографов и фотографов-любителей, которые сделали прекрасные снимки событий общественных пространств разных лет и разных городов.

Благодарим за прекрасные фото:  
Елену Агальцеву-Барскую, Игоря Герасименко,  
Марию Гудкову, Евгению Маккоеву,  
Наталью Севец-Ермолину, Анну Шафер  
и многих других.

Благодарим Юрия Белкина за стильные афиши.

Фотографии, представленные в буклете, взяты из фотоархивов АНО «Институт гражданской активности», ПРОО «Роза ветров», Ассоциации «ЭХО», группы Permikomi ([vk.com/permikomi](https://vk.com/permikomi)), группы «Agriculture\_club» ([vk.com/agriculture\\_club](https://vk.com/agriculture_club)), а также личного фотоархива Светланы Кольчуриной.

спасибо





«Большую движуху» 1.0 создавали:  
автор идеи и текстов: Светлана Кольчурина;  
дизайнер: Евгения Маккоева;  
редакторы: Саяна Монгуш, Екатерина Трофимова;  
корректор: Анук Юрьева.